論　著

抗戰下的性別政治：重慶婦女時尚消費爭議與政府管控 *

譚　剛 **

摘　要

抗戰時期，大量江浙滬下江人內遷重慶，推動了重慶城市婦女時尚消費的興盛。圍繞婦女時尚消費問題引發的社會爭議，呈現了戰時重慶性別政治的獨特性：一方面，這場爭議延續了戰前爭議的核心矛盾，即男性主導的傳統

* 本文初稿曾提交北京大學第九屆「歷史與社會」工作坊（2024 年 7 月 8-9 日）研討，承蒙評議人唐婉盈同學及與會學者惠賜寶貴意見。投稿過程中，多位匿名審稿專家亦提出了深刻而中肯的修改建議，謹此一併致謝。

收稿日期：2025 年 1 月 14 日，通過刊登日期：2025 年 9 月 10 日。

** 西南大學歷史文化學院暨西南大學中國抗戰大後方研究中心教授。

©中央研究院近代史研究所

審美觀與女性主體意識的對抗；另一方面，這場爭議因戰爭而加劇，抗戰意識形態成為左右爭議的統攝力量。與此同時，重慶市政當局以節約抗戰為名強化管控，將婦女時尚消費高度政治化。這種針對女性的性別化治理舉措，在動員婦女團體參與管控的同時，也激起了社會各界的性別異議，加之婦女特權群體和性別合謀現象的存在，削弱了政府管控的效果。政府管控的性別困境表明，戰時性別政治並非簡單的男女二元對立，而是交織著階層分化和經濟利益衝突。可見，戰爭使婦女時尚消費成為抗戰話語和性別權利競逐的場域。這一博奕過程既延續了戰前的「摩登」婦女爭論和政府管控實踐，又因大規模人口跨區域流動和抗戰的影響，呈現出多種權力關係的交織與互動，從而深刻揭示了抗戰脈絡下性別權力結構的重構過程。

關鍵詞：抗日戰爭、重慶、婦女時尚消費、消費爭議、政府管控、性別政治

前言

從性別角度研究抗日戰爭，已引起學界關注。抗戰時期，戰爭給廣大婦女帶來巨大苦難的同時，也有利於婦女獲得廣泛的獨立自主空間，[1] 其中之一就是影響了婦女時尚消費。就重慶而言，由於大量淪陷區工廠、學校、政府機關遷入，推動了重慶城市的「畸形繁榮」，尤其是來自於經濟文

1 陳雁，《戰爭與性別：上海 1932-1945》（北京：社科文獻出版社，2014），頁 386。

化發達地區的下江人大量遷入，[2] 推動了婦女時尚消費增長。[3] 由於婦女時尚消費屬於奢侈消費，遭到了社會各界廣泛批評，也招致了重慶市政當局日趨嚴厲的管控，但成效有限。究竟如何看待戰時重慶婦女時尚消費，還需要從性別權力結構視角進行全方位考察，才能深入理解這一問題，也有助於我們深入理解戰時重慶性別政治的複雜性。

目前學界對近代婦女時尚消費的研究，或從民族主義角度研究了 1934 年「婦女國貨年」運動中婦女時尚消費與民族主義的關係，或納入新生活運動框架研究政府對城市風化問題的治理、奇裝異服的取締等，或從城市文化角度探討了百貨公司對上海城市女性時尚消費的影響，或從婦女角度探討了婦女燙髮的因素。[4] 近年來，也有學者研究了 20 世紀

2 民國時期的下江人成分龐雜，通常主要是指長江中下游的各省籍的人士，所謂「揚幫」、「蘇幫」是最典型的下江人。也有將下江人定義為江浙人。在重慶，所有外省人皆被籠統地視為下江人。參考張瑾，〈民國時期「下江人」的形成與認同芻議〉，《西南民族學院學報（哲學社會科學版）》，期 4（2001 年 4 月），頁 102-103。本文下江人指戰時重慶內遷居民中來自於長江中下游地區的人士，具體包括上海、南京、江蘇、浙江、安徽、江西、湖北和湖南六省二市的遷渝人士，其中以江浙滬人士最為典型。

3 所謂時尚，就是社會流行的風尚。時尚有狹義和廣義之分，狹義的時尚主要指與身體密切相關的服裝服飾、配飾、美容、美髮、美體等方面的內容，廣義的時尚包括建築、家居、休閒、娛樂、旅遊等內容在內的生活方式、生存環境及其所涉及的物品。史亞娟，《時尚：理論與實踐》（北京：中國紡織出版社，2020），頁 3。本文所述的時尚是狹義的時尚，時尚業就是指與身體密切相關的服裝服飾、配飾、美容、美髮、美體等相關的行業。

4 〔美〕葛凱（Karl Gerth）著，黃振萍譯，《製造中國：消費文化與民族國家的建構》（北京：北京大學出版社，2007），頁 287-322；周石峰，〈民族主義與女性時尚：1934 年「婦女國貨年」運動新論〉，《婦女研究論叢》，期 4（2009 年 7 月），頁 45-50；艾萍，〈近代

20、30 年代婦女剪髮、服飾、燙髮引發的社會爭議和政府管控。[5] 就抗戰時期婦女時尚消費研究而言，巫仁恕從日常生活史角度分析了蘇州婦女的時尚消費，[6] 董雲飛從消費文化角度研究了淪陷區上海意識形態的博奕與「職業女性」的時尚生產問題。[7] 至於大後方婦女的時尚消費，有學者初步梳理了大後方婦女服飾的總體變化情況。[8] 儘管現有研究對近代以來婦女時尚消費引發的社會爭議和政府管控有所研究，但其研究多集中於抗戰前的上海，對抗戰時期後方城市婦女的時尚消費關注很少，也未能揭示這種消費與戰時性別

上海「摩登」的建構與想像——對「取締婦女奇裝異服」中政府行為的考察〉，《廈門大學學報》，期 5（2022 年 9 月），頁 140-151；王建偉，〈1930 年代中期的北平：整頓風化、繁榮故都與新生活運動〉，《史林》，期 1（2022 年 2 月），頁 142-155；夏蓉，〈新生活運動與取締婦女奇裝異服〉，《社會科學研究》，期 6（2004 年 11 月），頁 114-121；連玲玲，《打造消費天堂：百貨公司與近代上海城市文化》（北京：社會科學文獻出版社，2018），頁 344-362；陳娜娜、馮傑，〈日常・性別・欲望：民國時期燙髮問題的再審視〉，《河北大學學報（哲學社會科學版）》，期 6（2019 年 11 月），頁 154-159。

5 洪喜美，〈五四前後婦女時尚的轉變——以剪髮爲例的探討〉，收入游鑑明主編，《中國婦女史論集十集》（新北：稻鄉出版社，2013），，頁 285-319；周敘琪，《一九一〇～一九二〇年代都會新婦女生活風貌——以〈婦女雜誌〉為分析實例》（臺北：國立臺灣大學出版委員會，1996），頁 191-192；焦婕，〈20 世紀 30 年代城市「摩登」現象及其論爭〉，《遼寧大學學報（哲學社會科學版）》，期 4（2024 年 7 月），頁 130-138。

6 巫仁恕，〈劫後婦女：抗戰時期蘇州淪陷後的婦女生活〉，《近代中國婦女史研究》，期 35（2020 年 6 月），頁 52-56。

7 董雲飛、張智慧，〈意識形態的博弈與淪陷區上海「職業女性」的時尚生產——以通俗文化雜誌為中心的考察〉，《現代中文學刊》，期 4（2023 年 8 月），頁 111-117。

8 譚剛，《動盪中的社會轉型：大後方城市社會生活變遷（1937-1945）》（北京：科學出版社，2017），頁 70-81。

政治的關係。鑒於此，本文聚焦戰時首都重慶，從性別關係角度全面系統研究戰爭環境下婦女時尙消費引發的社會爭議和政府管控，呈現抗戰時期性別政治的特點，揭示性別權力結構的重構過程，從而彌補抗戰時期婦女史研究的不足。

本文運用的史料除了重慶市檔案館館藏檔案史料外，主要是抗戰時期重慶民營報紙《南京晚報》和《新民報晚刊》。抗戰時期，由於重慶成爲大後方政治、經濟、文化中心，重慶報業發展迅速。出於政治和軍事需要，戰時重慶官營報紙重視政治、軍事等「硬性新聞」的報導，對休閒娛樂等方面的「軟性新聞」報導較少。相對於官營報紙，重慶民營報紙更注重報紙的趣味性和生活性，報導「軟性新聞」相對較多，晚報更是如此。在抗戰時期重慶的晚報市場，《南京晚報》占有一席之地。該報於 1929 年 5 月 16 日創刊於南京，抗戰爆發後於 1938 年 8 月 1 日在重慶復刊，報社成員以下江人爲主，社長爲張友鶴，記者有成文輝、沈史明、余孝達等。[9] 其讀者群也主要是戰時從南京遷渝的下江人。[10] 據 1940 年時人估計，該報日銷量爲 3,000 份左右。[11]

《新民報晚刊》是新民報報社主辦的晚報。《新民報》於 1929 年 9 月 9 日在南京創刊，1938 年 1 月 15 日在重慶復刊。《新民報》重慶版的編者群既包括四川人，也有下江人，

---

9 王孚慶，〈《南京晚報》史略〉，收入重慶新聞志編輯部編，《重慶報史資料》（重慶：內部報刊，1993），輯 16，頁 57。

10 友鶴，〈復刊致詞〉，《南京晚報》（重慶），1938 年 8 月 1 日，第 2 版。

11 張十方，〈行都的報紙〉，《戰時記者》（金華），卷 2 期 6、7、8（1940），頁 29。

作者群主要是戰時遷渝的文化界各方知名人士，包括作家、自由職業者、公教人員等，[12] 讀者以工商業者和中下層民眾爲主。[13] 由於《新民報》讀者既包括重慶人，也包括下江人，因此報紙銷量大，據 1940 年時人估計，該報銷量爲 7、8,000 份，僅次於《大公報》重慶版，約占重慶報紙總銷量的 10% 左右。[14] 1941 年 11 月 1 日，爲適應重慶讀者需要，《新民報》增出《新民報晚刊》。《新民報晚刊》更加注重社會新聞，多爲消磨閒暇的趣味文章，深受讀者歡迎，[15] 每期發行量最多時甚至達 40,000 份，是重慶發行量最大的晚報。[16] 可以說，《新民報晚刊》和《南京晚報》是觀察戰時重慶城市社會生活的重要報紙，很大程度上反映了戰時重慶市民生活變遷。

一、重慶摩登：下江人與戰時時尚消費的興盛

近代以後，由於受西方影響，中國婦女時尚消費除了時裝、化妝品等消費外，還包括燙髮消費等。由於上海經濟發

12 陳銘德、鄧季惺等，《《新民報》春秋》（重慶：重慶出版社，1987），頁 28。

13 張十方，〈行都的報紙〉，《戰時記者》，卷 2 期 6、7、8（1940），頁 29。

14 張十方，〈行都的報紙〉，《戰時記者》，卷 2 期 6、7、8（1940），頁 29。

15 天明，〈重慶雜筆〉，《民國日報》（上海），1945 年 10 月 18 日，第 2 版。

16 蔡斐、任競編著，《重慶近代報紙提要》（重慶：重慶大學出版社，2020），頁 174。

達，其女性時尚消費引領全國風潮。尤其是上海的百貨商店爲吸引女顧客，採取了商品廣告、時裝表演、傳播消費知識等措施，有效推動了上海女性消費的發展。[17] 20 世紀 20、30 年代，上海婦女時尚消費也對長江上游的重慶產生了重要影響。上海服裝廣告出現在重慶當地報刊，部分重慶婦女也開始模仿上海摩登婦女的服飾打扮，展現出對個性自由的強烈追求。這些追求新潮服飾的重慶女性主要是有錢階層或軍人的姨太太、學生群體。不僅如此，戰前遷渝下江人則直接推動了重慶時尚業的發展，其中僅市區的新式理髮店從 1933 年 8 月的 5 家增至 1934 年 9 月的 50 多家。[18] 不過，由於受地理位置、經濟水平、民眾傳統觀念的影響，加之遷渝下江人數量有限，重慶只是局部模仿上海而已，整體仍是一個相對保守的城市，絕大多數平民婦女普遍樸素保守，尚未形成廣泛的新潮時尚。

抗戰爆發後，大批下江人爲躲避戰亂遷入重慶。1937 年 10 月，重慶的下江人僅有 11,680 人，僅占全市人口的 2.47%，[19] 到 1945 年 10 月，這一數字激增至 308,060 人，占比高達 24.76%。[20] 在遷渝的下江人中，江浙籍人士占有重要地位。1941 年 2 月官方統計數據顯示，江蘇籍和浙江籍

17 連玲玲，《打造消費天堂》，頁 344-362。

18 張瑾，《權力、衝突與變革：1926-1937 年重慶城市現代化研究》（重慶：重慶出版社，2003），頁 302-303。

19 據〈重慶市戶口統計表 2.人口戶籍（1937 年 10 月）〉相關數據統計而成，《四川統計月刊》（成都），卷 1 期 1（1939），頁 7。

20 據「重慶市人口籍貫統計表（1945 年 12 月）」相關數據統計而成，重慶市檔案館藏，〈重慶市警察局檔案〉，檔號 0061-0015-03991-0000-161-000。

下江人分別占遷渝下江人總數的 23.18%和 16.57%，[21] 合計近 40%。他們人數眾多，人才濟濟。截至 1942 年底，旅渝江蘇人中，有 15 位中央委員、11 位中央各部次長，薦任以上官員 2、300 人，更占據中國、中央、交通、農民四家國家銀行四分之三的主持者職位。工商界同樣人才濟濟，紡織業實力更是雄厚。[22] 旅渝浙江人也不遑多讓，軍政要員眾多，經濟實力雄厚。時人感歎：「在重慶浙江人是最吃香的，銀行界、商業界，滿眼都是浙江人。」[23] 因此，江浙籍下江人對戰時重慶城市社會的影響非常大。

關於遷渝的江浙籍婦女數量，目前筆者未發現完整的統計數據，但數量應當不小，尤其是職業女性較多。據 1943 年調查，分布在重慶黨、政、社會文化、銀行、國營商業、報社六大機關部門的女職員總數爲 2,959 人，其中江浙籍女職員合計 1,874 人，占女職員總數的 63.33%，[24] 接近總數的三分之二。可以看出，江浙籍下江職業婦女在戰時重慶職業婦女群體中占很大比例。

由於抗戰時期遷入重慶的下江人數量龐大，尤其是江浙移民的大量遷入，改變了重慶城市消費生態，使得重慶城市的奢靡消費風氣更加興盛。戰前重慶就因地處長江上游水陸交通要道，「以致風化開闢最早奢侈日加，儼爲上海之第

21 具體數據見「重慶市人口籍貫統計表（1941 年 2 月）」，重慶市檔案館藏，〈重慶市參議會檔案〉，檔號 0054-0001-00674-0000-072-000。

22 紫臨，〈重慶的江蘇人〉，《復蘇》（重慶），卷 2 期 9（1944），頁 16。

23 老馬，〈重慶見聞錄〉，《自由評論》（上海），期 5（1943），頁 13。

24 本刊資料室，〈陪都職業婦女調查〉，《婦女新運》（重慶），卷 5 期 10（1943），頁 14。

二」。[25] 抗戰爆發後重慶的城市奢靡風氣愈發興盛，一是表現爲市民穿著更加摩登。1938 年 8 月，時人就發現重慶街頭「觸目都是一些西裝亮頭的少爺，和高跟捲髮的小姐」。[26] 二是重慶城市消費迅速升級，有人爲此感慨道：「沒有到重慶之前，想不到西南有這樣一個奢華的城市，幾十萬一座的大廈，幾萬塊錢一架的電梯，一九三八式的流線型汽車，幾千塊錢一套的廁所用具，都算不得希奇的東西，滿街的參茸補品到處是西裝革履，甚至幾十塊錢一件的航空運到衣料，和幾塊錢一瓶的巴黎香水、白蘭地、司坦康，更是普通消費的東西，……」[27] 戰時重慶城市奢靡之風的更加盛行，是江浙滬一帶下江人消費觀念和消費習慣影響的結果。江浙滬一帶經濟發達，民眾崇尚奢靡消費。旅渝江蘇人葉秀峰就稱，江蘇「習尚之奢侈，遂亦同爲全國之冠」。[28] 上海則是自 19 世紀末便以「揮霍」型消費引領全國，市民講究體面，迷戀奢華。[29] 江浙滬下江人消費習慣產生的示範效應，直接推動了重慶城市婦女時尚消費的升級。具體而言，下江人對重慶城市婦女時尚消費的興盛主要產生了以下影響：

首先，下江人的大規模遷渝推動了重慶時尚業的迅速發展。在化妝品業領域，抗戰時期重慶主要化妝品企業，如：

---

25 〈渝市奢風日熾〉，《商務日報》（重慶），1934 年 9 月 9 日，第 7 版。

26 時增，〈節約中的重慶〉，《南京晚報》，1938 年 8 月 15 日，第 4 版。

27 新民，〈我們要新法生產舊法消費〉，《時事新報》（重慶），1938 年 11 月 24 日，第 4 版。

28 葉秀峰，〈未來的江蘇〉，《復蘇》，卷 1 期 1（1942），頁 3。

29 樂正，《近代上海人社會心態（1860-1910）》（上海：上海人民出版社，1991），頁 103-111。

家庭工業社重慶分廠、中國化學工業社重慶分廠、中國現代化工廠等，均由上海遷移至此。時裝業也主要由下江人操控。據 1939 年 12 月 13 日《商務日報》報導，重慶全市 130 餘家服裝店中，三分之一爲外省遷入。[30] 至 1945 年 4 月，市政府統計顯示：柏林斯多夫、上海、大生同、鴻康、月宮、永豐、唯美、翔興、鴻翔、洪昌、榮康祥等大型新式服裝店多由京滬下江人開辦。[31] 與此同時，重慶的新式理髮業也由下江人主導。1944 年重慶市財政局統計數據顯示，納稅額超過 10,000 元的 14 家理髮店中，規模最大的巴黎、南京、一樂也和國際等 4 家年納稅額均超過 30,000 元國幣，均由京滬下江人經營。[32] 這些來自經濟發達地區的下江人遷渝後，攜帶資本和技術，不僅推動了重慶時尚業發展，而且掌控了重慶時尚產業。

第二，下江人刺激了重慶婦女時尚消費需求。下江婦女的巨大消費需求，改變了重慶商業結構。1940 年 1 月，時人就發現，重慶「全市區的商店，當以關於女性的化裝品商店與衣飾商店爲最多」。[33] 即使物價上漲，「絲絨衣料」的價格飆升，但「買的人卻更多」。[34] 即使到了 1944 年，重慶

30 〈本報特寫：重慶人每月服裝費達八十餘萬元〉，《商務日報》，1939 年 12 月 13 日，頁 4。

31 〈表六 主要服裝店〉，賀耀祖，《重慶要覽》（重慶：重慶市政府，1945），頁 111。

32 「重慶直接稅分局核定理髮業各商三十三年度所得稅利得稅應納稅額清冊」（1944），重慶市檔案館藏，〈財政部重慶直接稅局檔案〉，檔號 0273-0003-00006-0000-001-000。

33 丹流，〈重慶女性不算窮，□元一寸大衣料〉，《南京晚報》，1940 年 1 月 12 日，第 3 版。

34 丹流，〈絲絨衣料價錢大，買的人們却更多〉，《南京晚報》，1940

最大的百貨公司寶元通當年的營業報告稱，化妝品總量仍「較去年多售」。[35] 戰時重慶城市婦女燙髮更爲盛行。1938 年 12 月 11 日下午的街頭統計數據顯示，都郵街十字口 15 分鐘內路過左側馬路的 413 名女性行人中，燙髮者 280 人，[36] 占女性行人總數的 67.8%，約三分之二的女性燙髮。尤其是在節假日期間，燙髮的婦女更多。1942 年 2 月農曆新年，《南京晚報》記者就觀察到全市各大小理髮店「莫不利市十倍」，新生路國際理髮廳內不少摩登女士等候燙髮。[37] 重慶婦女時尚消費市場的擴大，不僅推動了重慶時尚業的發展，而且刺激了時尚消費。

第三，下江人推動了重慶城市時尚婦女的摩登。由於大量下江人遷渝，重慶「滿街走的人物，仍是京華滬濱的風範」，[38] 這些「從下面逃來的摩登太太和摩登小姐一多，無形中就把這都會的『水準』普遍化了起來」。[39] 署名「服周」的上海人戰後也寫道，戰時重慶街頭婦女「凡是裝束入時的，莫非受江南風的影響」。[40] 大多數重慶本地人也覺得下

年 1 月 13 日，第 3 版。

35 「寶元通興業股份有限公司一九四四年度渝號營業報告書」(1945)，重慶市檔案館藏，〈寶元通興業股份有限公司檔案〉，檔號 0355-0001-00020-0000-006。

36 〈寫真版〉，《南京晚報》，1938 年 12 月 13 日，第 3 版。

37 〈摩登女士講摩登，電燙頭髮興隆〉，《南京晚報》，1942 年 2 月 16 日，第 4 版。

38 默僧，〈鎮定安詳的重慶〉，《宇宙風・乙刊》(上海)，創刊號(1939)，頁 18。

39 滄一，〈重慶現狀〉，《宇宙風》(廣州)，期 69(1938)，頁 153。

40 服周，〈我在重慶(十三)〉，《立報》(上海)，1945 年 12 月 9 日，第 3 版。

江人比本地人穿著講究，[41] 新潮服飾也成爲重慶人建構下江人身分的重要物質元素。大量戰後婦女的口述也表明下江婦女服飾與本地婦女服飾有一定區別：在物質層面，下江婦女「旗袍兩側的衩開得更高，幾乎到了臀部」，「風靡一時的女式捲髮也是由下江婦女引進到重慶來的」，被重慶本地人稱爲「跳舞褲襪」也由下江婦女帶入重慶；[42] 在色彩方面，下江婦女穿的衣物比重慶本地婦女「更鮮豔、更時尚」；[43] 在觀感方面，下江婦女也普遍比重慶本地婦女「穿得好些和整齊些」。[44] 由於下江婦女的時尚裝扮較爲摩登，穿著相對開放，推動了重慶婦女時尚消費的升級。

因統計資料的缺乏，筆者無法對重慶城市婦女時尚消費的群體進行定量分析，只能進行大體的定性分析。總體而言，戰時時尚消費的婦女類別與戰前具有一定的相似性，主要是一些富家太太小姐，她們一般交際面較寬，且具有一定的經濟實力。除富家太太小姐外，一些交際花、舞女、妓女等特殊職業者，也因工作需要燙髮化妝。正因爲如此，1938 年 3 月 8 日重慶市新運會開會商討取締婦女燙髮及奇裝異服問題時，與會人員一致認爲先從有閑階級的姨太太、小姐入手，「尤對於電影明星、舞女、娼妓等，將特別以嚴厲之執行，蓋一切花樣之翻新，大多爲彼等所想出」。[45] 特別是抗

---

41 張瑾上個世紀 90 年代對近 20 名重慶老工人的採訪中，多數人對戰時下江人的衣著以及與重慶人不同的生活習俗有著特別的感受，認為下江人比「本地人」穿得好。見張瑾，《權力、衝突與變革》，頁 284。

42 李丹柯，《女性，戰爭與回憶：35 位重慶婦女的抗戰講述》（重慶：重慶出版社，2015），頁 65。

43 李丹柯，《女性，戰爭與回憶》，頁 51。

44 李丹柯，《女性，戰爭與回憶》，頁 85。

45 〈取締燙髮奇裝，新運會有辦法，先從貴家婦女入手〉，《新蜀報》

戰爆發後上海電影女明星遷渝，進一步推動了重慶婦女時尚消費，如：王瑩、陳波爾、舒繡文、吳茵、白楊等電影女明星從上海遷入重慶後，她們的時尚裝束引起了部分婦女模仿，甚至鬧出了東施效顰的笑話。抗戰初期，上海影人劇團在重慶成都各地演出，因秋熱未退，影星白楊、劉莉均赤足革履，不穿襪子，重慶當地婦女以爲這是摩登穿著，於是「紛紛脫襪不遑，競誇時髦。甚且效而尤之，有些穿著普通鞋子的時代女性，也都不著襪子，居然很迅捷的形成了一時風尚。」[46]

總之，由於戰時遷入重慶的下江人數量大大超過戰前，尤其是江浙滬下江婦女的大量遷渝，加速了重慶城市婦女時尚消費的變革。婦女時尚消費的興盛，對重慶城市經濟和社會產生了雙重影響：一方面，一定程度上推動了重慶城市經濟發展；另一方面，由於婦女時尚消費前衛摩登，衝擊了人們的傳統消費習慣和審美觀念，也與戰時節約運動的基本準則背道而馳，從而也招致了社會各界的批評。

二、男性規訓：傳統審美觀與抗戰意識形態的輿論圍攻

從晚清開始，即有報刊關注女性時尚文化，且有批評；五四時期，知識分子更是沸沸揚揚投入論辯，尤其是女學生

（重慶），1938 年 3 月 9 日，第 3 版。

46 辛人，〈影人劇團旅川趣事〉，《申報》（上海），1939 年 4 月 5 日，第 5 張。

的裝扮引發了社會爭議。[47] 進入 30 年代，婦女時尚消費又引發了社會各界爭議，「摩登否定派」認爲這些行爲不符合中國傳統文化或社會主流價值觀，「摩登肯定派」則對「摩登」持包容態度，認爲「摩登」是婦女追求美的正當權益表現，政府取締奇裝異服的舉措是對女性的不平等、不人道行爲。[48] 就重慶而言，雖然戰前城市婦女的時尚消費就開始興起，但消費人數畢竟較少，由此引發的社會爭議也鮮見報端。抗戰爆發後，隨著重慶婦女時尚消費的日益興盛，加之重慶報業的迅速發展，圍繞這一問題的爭議也越來越激烈，甚至極少數人採取戰前「摩登破壞團」的類似做法，使用鏹水、剪刀等極端方式損毀摩登婦女的衣物。[49] 1938 年 3 月 15 日晚，有人在柴家巷向一燙髮摩登少婦潑鏹水，傷及其面部、頸部、衣服等處。據聞這一天重慶發生類似事件不下五、六起。[50] 由於這種極端做法已違犯法律，重慶市警察局 4 天後飭令各分局，嚴禁路人向燙髮或奇裝異服者潑鏹水以傷害他人身體。[51] 此後，這種極端行爲極爲少見，但仍有人以毀

---

47 周敘琪，《一九一〇～一九二〇年代都會新婦女生活風貌》，頁 190-193。

48 焦婕，〈20 世紀 30 年代城市「摩登」現象及其論爭〉，《遼寧大學學報（哲學社會科學版）》，期 4，頁 131-137。

49 最早的「摩登破壞團」於 1934 年 3 月 25 日出現於杭州。此後，天津、南京、北京、武漢等城市也出現類似組織。摩登破壞團主要是使用鏹水和剪刀，對摩登男女的奇裝異服實施破壞。見焦婕，〈20 世紀 30 年代城市「摩登」現象及其論爭〉，《遼寧大學學報（哲學社會科學版）》，期 4，頁 134。

50 〈取締奇裝燙髮從公務員着手，前日數少婦被澆鏹水〉，《新蜀報》，1938 年 3 月 17 日，第 4 版。

51 〈潑鏹水傷婦女，警局嚴令取締〉，《新蜀報》，1938 年 3 月 20 日，第 4 版。

壞婦女時裝的方式表達其不滿。1939 年 3 月 25 日，一位穿青底小紅點細花軟緞旗袍的摩登女性行經都郵街時，其旗袍後幅不知何時被人剪去，剪斷處用細針刺一白紙條，上寫「節約懲奢」字樣，當場引起路人圍觀訕笑。[52] 這種破壞行爲雖屬個案，但折射出戰時重慶社會對婦女時尚消費的不滿。相較於破壞手段，更多人則是進行輿論批評，形成對婦女時尚消費的戰時規訓。

戰時重慶婦女時尚消費的輿論批評，一是延續了戰前的批評視角，即從傳統審美角度批評。戰前重慶時尚婦女消費的輿論批評雖鮮見報端，但也不是沒有。1934 年 5 月，重慶警備司令官李根固就認爲摩登婦女的穿著過少「對於觀瞻與乎風化，諸多妨礙」。[53] 戰時隨著重慶時尚婦女人數的日益增加，她們前衛摩登穿著對市民傳統審美觀念的衝擊就日益加大。1940 年 2 月春節後，天氣轉暖，部分摩登女性穿著暴露，南京晚報記者胡丹流對她們的著裝作了細緻描述：「露臂的短袖，由四五寸而到兩寸，現在已由兩寸而成了一種『背心型』」，「露腿的短襪，已經是簡直不穿襪而脫去赤腳，而塗上蔻丹。衣衫是薄薄的，左右衣角開口處是長長的，微風一吹，恰與兩臂的露出的誘惑性，頗有異曲同工之妙」。[54] 胡丹流的細緻描述，不僅展現了男性對女性凝視的視角，也體現了保守男性對女性時尚的批評。在他看來，這些暴露的著裝

52 B，〈摩登女郎奇裝過市，軟緞旗袍剪去半截〉，《新民報》（重慶），1939 年 3 月 26 日，第 3 版。

53 〈民衆社：本市摩登女郎受方〉，《商務日報》，1934 年 5 月 27 日，第 7 版，

54 丹流，〈站在時代巨輪最前線，露臂光腿算新裝〉，《南京晚報》，1940 年 2 月 26 日，第 3 版。

違背了中國傳統含蓄得體的審美標準，也不符合傳統道德標準。他直言不諱地批評這些穿著「錯誤得一塌糊塗之至」，違反了穿著需要簡單、大方和合乎身分的三原則。胡丹流更以諷刺的筆調稱這些女性站在「時代車輪最前線」，暗指其穿著「不雅」。[55]

隨著 1940 年 4 月天氣漸熱，重慶摩登女性的穿著愈發大膽。她們「單薄的衣裳露出那曲線誘人的各部位」，坐在黃包車上或轎子上的女人，「更使一般人側目，而感覺興奮的，便是兩腿交叉，穿了很短的小褲，這無疑的勾引路人賞識曲線美」。更加讓人驚訝的是她們居家的裝扮。一位女傭驚歎：「我家大小姐眞摩登，和男人一樣穿著短褲汗衫。」另一位則說：「我家的二小姐她還要摩登，短褲汗衫都嫌熱，她由外而回家，便穿了薄綢的晨衣，裏面一絲不掛。」[56] 雖然居家穿著屬於個人隱私，但女傭的反應折射出這些穿著對傳統觀念的衝擊。署名「孤魂」的作者借女傭之口，揭示了摩登女性的穿著對民眾傳統審美的挑戰。

批評者不僅直接指責，更以譏諷表達不滿。有人揶揄摩登女性著裝太少道：「係因布價太昂之故，惟一般摩登爲著『趨新』，均將舊衣剪短，實在濫費物力」。[57] 這些言論背後，實則是戰時重慶男性群體對傳統審美觀念和道德的維護。

除批評婦女穿著外，傳統保守市民對婦女燙髮的抨擊同

55 丹流，〈站在時代巨輪最前線，露臂光腿算新裝〉，《南京晚報》，1940 年 2 月 26 日，第 3 版。

56 孤魂，〈初夏行都雜寫——今天先談談女人〉，《南京晚報》，1940 年 4 月 26 日，第 3 版。

57 〈寫真版〉，《南京晚報》，1940 年 5 月 14 日，第 3 版。

樣激烈。作爲西方影響的產物，燙髮有明顯的「歐化」特點。批評者諷刺婦女燙髮後，「整個的頭部，像獅子，有的像猴子，花樣百出」。[58] 關於燙髮美醜的爭議，具有很強的主觀性。有人將女性的美分成東方美和西洋美兩類：東方女性的美在於單純、柔潤、含蓄，是內在的美；西洋女性的美在於複雜、強直、暴露，是外在的美，具有刺激性。從中國傳統審美觀念出發，批評者痛斥中國婦女燙髮是盲目西化，從而喪失了自身的東方美。[59] 因此，婦女燙髮爭議的背後，本質上中西兩種審美觀念激烈碰撞。婦女時尚消費引發的爭議，不僅關係個人審美的選擇，更折射出深層次的中西審美文化衝突。

與此同時，戰時重慶婦女時尚消費的爭議深受抗戰政治的影響：一是有些人從民族抗戰的角度加以批評。作爲戰時中國首都，重慶城市社會風氣具有重要的示範意義。1938 年 10 月武漢淪陷後，中國民族危機更加嚴重，但重慶城市婦女流行紅裝，即紅襪、紅坎肩，甚至紅外套，這種時裝流行風尚與抗戰動員嚴肅政治氛圍極不相稱。11 月 4 日，《時事新報》刊登了署名「行健」的評論文章，嚴厲批評這種紅裝的流行「反映著一種腐爛之極的社會生活」，與日益嚴峻的抗戰形勢形成強烈反差，因此他呼籲重慶市當局「迅速取締」，強調這不僅關乎服飾的選擇，更是「藉以掃除後方的陰霾不正之氣」，從而實現前方抗戰與後方生活的統一協調。[60] 次年 2 月，《南京晚報》「老重慶信箱」刊登了一位

58 容儀，〈理髮店裡一瞥：看女子理髮〉，《南京晚報》，1940 年 5 月 20 日，第 3 版。

59 影子，〈重慶雜草〉，《時事新報》，1942 年 6 月 25 日，第 4 版。

60 行健，〈取締紅衣〉，《時事新報》，1938 年 11 月 9 日，第 4 版。

讀者來信。這位從漢口遷渝的下江人目睹重慶許多婦女塗脂抹粉，穿著鮮豔，於是痛心指出：「現在前線將士浴血抗戰，後方的民眾醉生夢死」，強烈要求政府設法遏制這些「紅紅綠綠的怪人」現象。[61] 在全民抗戰的特殊歷史脈絡下，婦女時尚消費已超越審美範疇，成爲關乎民族生存的重大政治問題。戰時重慶摩登婦女鮮豔的紅色服裝與前方將士的浴血抗戰形成了鮮明對比，激起了部分市民強烈不滿，反映了抗戰意識形態對婦女時尚消費的規訓。

二是從節約消費角度加以批評。抗戰爆發後，隨著中國對外交通日益困難，後方物資日益短缺，婦女時尚消費的奢靡特點與中國物資的緊缺狀況形成巨大反差，加之重慶與上海相比經濟基礎本來就薄弱，眾多市民批評婦女時尚消費浪費物資。這種批評從道德批評逐步過渡到行動倡議。1940 年 2 月，《時事新報》刊登讀者評論，作者痛陳：抗戰近三年，每看到重慶街頭燙髮婦女，「心裏總覺得不舒服，因爲聯帶想起了奢侈和浪費」，作者隨後呼籲重慶應仿效上海婦女界發起不燙髮運動，將節約所得「救濟難胞」，強調戰時首都重慶在這場不燙髮運動中「也不要落後啊！」[62] 除了呼籲婦女不燙髮外，有人將批評矛頭指向化妝品消費。《南京晚報》刊文分析了戰時重慶婦女化妝品消費激增的現象：「從前女子脂粉，一個月不足一塊錢，目下皆用舶來品，一天也不止一元鈔幣。」[63] 婦女化妝品消費的猛增，既造成不必要的物質浪費，也有違戰時的節約消費原則。重慶市民不僅批

61 〈「老重慶」信箱〉，《南京晚報》，1939 年 2 月 5 日，第 4 版。
62 卒，〈關於「燙髮」〉，《時事新報》，1940 年 2 月 23 日，第 4 版。
63 光生，〈小對話〉，《南京晚報》，1940 年 5 月 9 日，第 4 版。

評個體婦女時尚消費，也批評助長這種消費的奢靡風氣，顯示了抗戰節約消費觀念對婦女時尚消費的約束。

抗戰時期重慶婦女時尚消費引發的批評，體現了男性主導的價值觀。1938 年 10 月圍繞重慶「紅衣問題」的討論，署名「行健」的文章就強調婦女至少應意識到自己的國民身分：「我們只要求婦女界同胞能想起自己的國民責任，即不能積極地面對著抗戰，輸財獻力，也當消極地爲抗戰後方保存一點元氣」。[64] 這種將服飾選擇與國民義務綑綁的論述，實質上是通過道德規訓將女性身體納入抗戰政治體系。更重要的是，《時事新報》在五日後專門刊登了讀者「趙文」的評論文章。該文以女性身分表達了懺悔，聲稱「我也是女人，我已經忍受不了，緘默不了，我替你們向中華民族懺悔，我要求你們快快醒一醒」，同時她呼籲這些婦女「不用等著市當局實施取締到自己的頭上來，而先自動脫去那種反映腐爛生活的惡劣衣服吧！」[65] 這種女性自我批評文章具有雙重效果：既通過性別身分強化了批評的正當性，又將外部的政治宣傳轉化爲女性自我覺醒，從而更好地配合了戰時國民政府的抗戰政治宣傳需要。在批評婦女時尚消費的輿論中，男性話語與抗戰政治合流，即使有女性參與批評，實際上也是附和男性主導的抗戰價值觀。《時事新報》通過選擇性地刊登女性讀者的文章，呈現一位女性的自我懺悔，將抗戰政治意識形態植入女性話語之中，強化了婦女時尚消費批評的合理性。

部分批評婦女時尚消費的言論，也體現了男性的經濟焦

64 行健，〈取締紅衣〉，《時事新報》，1938 年 11 月 9 日，第 4 版。
65 趙文，〈紅衣之憤〉，《時事新報》，1938 年 11 月 14 日，第 4 版。

慮。1942 年 12 月《南京晚報》刊登的文章就具有代表性：作者「光軍」以「過來人」身分告誡未婚男性擇偶需謹慎，直言「娶太太那很容易，可是你要娶位摩登太太，那卻不是一個容易的事了」。並列出四大前提條件，尤其強調經濟實力的決定性作用，即假如你娶了摩登太太但你又沒錢，「她會離婚，她絕不會向你哭的，因爲她的眼裏是要向有錢男人去換錢的」。[66]「光軍」的話語表述暗藏雙重意蘊：一是將摩登太太塑造成物質化的女性，痛斥她們重利輕情；二是暗示摩登太太道德淪喪，傳統婚姻家庭觀念淡薄。評論者以男性第一人稱視角，既彰顯了批評的眞實性，又將個體經驗深化爲普遍的警示——摩登女性消費不僅屬於奢侈消費，而且不利於普通人婚姻家庭的穩固。

當然，也有女性批評婦女時尚消費，[67] 但其批評方式卻有別於男性。相較於男性嚴厲激烈的批評，女性批評者相對委婉。以婦女化妝爲例，《南京晚報》作者「朱碧華」從女性視角批評了摩登女性化妝失當，但其評論重心在於化妝引導而非道德批判：「她們面部上的塗紅，如頰上的紅色，及口紅，都不甚照自己的服裝而費一點工夫修理相配。於是便造成了衣衫雖是時髦，旁人瞧見卻十分爲她可惜的情景，而

66 光軍，〈你要娶摩登太太麼？〉，《南京晚報》，1942 年 12 月 4 日，第 3 版。

67 也不是所有的女性都批評婦女時尚消費，部分重慶本地女學生就十分羨慕。如：戰時就讀於巴縣女中的朱淑勤女士戰後回憶，稱戰時重慶下江摩登婦女的時尚穿著「讓我們這些土氣的本地女孩子們羨慕不已」。見李丹柯，《女性，戰爭與回憶》，頁 51。另一位戰時就讀於重慶懿訓女中的朱淑君女士戰後也回憶，下江女生的穿著普遍比重慶本地女生時尚，「我們這些本地女孩都很羨慕下江同學的衣服」。見李丹柯，《女性，戰爭與回憶》，頁 85。

尤以初學時髦之人，弄得面孔上不倫不類，紅一處，白一處。反而使美麗減少！」[68] 這種以「惋惜」替代「訓斥」的言說方式，實際上是以規勸的方式批評女性不當化妝，既維護了女性群體內部的共情基礎，又避免了與男性話語的正面衝突。但值得注意的是，女性溫婉的批評模式在抗戰政治的話語脈絡中呈現雙重性：在女性審美問題上，女性以溫和方式進行化妝引導；但在抗戰民族大義問題上，其立場迅速與男性主流價值觀合流。女性批評者話語策略的轉換，既折射出婦女群體的公共領域話語權的局限，也印證了抗戰意識形態對女性話語的強力規約，即便是女性的自我表達，也難以突破抗戰政治話語的統攝框架。

戰時重慶婦女時尚消費的批評，既延續了戰前從傳統審美觀念角度的批評，又深受抗戰大背景的影響，指責時尚消費不利於抗戰大業和戰時節約。批評者中既有大量男性，也有部分女性。由於戰時重慶社會各界的批評符合國民政府推行節約運動的政治需要，加之重慶的傳統觀念更爲濃厚，重慶婦女時尚消費遭受了猛烈的輿論圍攻。傳統審美觀念和抗戰政治意識形態通過批評婦女時尚消費對女性時尚消費進行規訓和約束，體現出戰時性別政治中的男性中心主義立場。

三、女性回擊：消費平等與主體意識的展現

1943 年前對婦女時尚消費的批評較爲零星分散，但到

---

68 朱碧華女士，〈摩登女性亂塗紅，對美祇有損害〉，《南京晚報》，1942 年 2 月 16 日，第 3 版。

1943 年，對婦女批評的言論頻繁見於報端，尤其是重慶影響最大的晚報──《新民報晚刊》不時刊登批評婦女的文章。這些批評文章不僅對婦女的圍攻越來越烈，而且男性立場更加明顯，似乎要將男女對立，分出高下。1943 年 4 月 11 日，《新民報晚刊》刊登了熙斌〈有婦女才有人類？〉一文，對女權發起挑戰。作者雖承認母系社會的歷史存在，但曲解性別平等訴求，指出「有婦女才有人類」的說法「似乎是要掃空『男性中心』的觀念以建立『女性中心』的觀念」，作者以反問消解女權的正當性：「『男性中心』的觀念既然可惡，難道『女性中心』的觀念倒能是眞理嗎？」[69] 5 月至 7 月，圍攻女性的文章增加。5 月 7 日，「素痕」在《南京晚報》發表〈男女不平等〉的短文，以扭曲的性別視角揑造了男女裝扮不平等的僞命題：婦女可以奇裝豔服、擦口紅、打香水、燙髮，甚至可以像男人那樣西裝革履、制服軍裝、長衫馬褂，但反觀男性，除了在舞臺上男扮女裝外，如果平時在大街上穿女裝，「一定被目爲『人妖』『怪物』，說不定抓進警察局去──這便是男女眞正的『不平等』！」[70] 這位作者調侃男女著裝不平等的背後，暗含男性是這場不平等的受害者，反映了男性對婦女時尚消費的性別焦慮。6 月 10 日，署名爲「苧」的作者借〈男性的三從四德〉的反諷敘事方式，諷刺男性要遵守所謂新「三從四德」，[71] 實際上是對女權訴求的污名化。6 月 16 日和 7 月 19 日，署名「白苧」的作者先後

69 熙斌，〈有婦女才有人類？〉，《新民報晚刊》（重慶），1943 年 4 月 11 日，第 2 版。

70 素痕，〈男女不平等〉，《南京晚報》，1943 年 5 月 7 日，第 4 版。

71 苧，〈男性的三從四德〉，《新民報晚刊》，1943 年 6 月 10 日，第 2 版。

發文，不僅含蓄批評婦女貪圖享受，而且批評婦女的化妝品無益於抗戰大業。[72] 這些批評婦女的文章，或直接批評，或暗諷，或調侃，引發了女性讀者不滿。1943 年 8 月，一位太太就憤憤不平地說：「近來許多刊物上，常常把我們女人作爲描寫的資料，甚至嬉笑怒罵，好像女人和他們有不共戴天之仇，對於這一類文章，應當提出嚴重的抗議。」[73] 由於從 1943 年上半年開始頻繁抨擊婦女的文章刊載於報端，激起了重慶部分人士質疑和反駁，以捍衛婦女時尚消費。

戰時捍衛重慶時尚婦女消費的言論，一方面延續了戰前上海地區「摩登肯定派」觀點，認爲婦女時尚消費是婦女的正當權利，[74] 另一方面更具針對性，契合了戰時社會環境。如前所述，重慶職業婦女人數在戰時迅速增加，他們戰前多少就接受了男女平等觀念的洗禮，加之她們所具備的知識和能力，使她們對婦女時尚消費的批評並未保持沉默，而是進行了辯駁。當然，捍衛婦女時尚消費的群體也不全是婦女，也有部分男性加入。這些捍衛婦女時尚消費的言論與戰前「摩登肯定派」觀點相比，更加強調消費的性別平等，維護婦女權利的表達更加直觀、明確。具體表現在以下三方面：

第一，在傳統審美爭議中，反駁者繞過批評者的道德批判直擊性別權利的本質。針對婦女時尚消費「有傷風化」的道德批判，反駁者並未糾纏於傳統審美爭議，而是直指背後

72 白苧，〈問女人〉，《新民報晚刊》，1943 年 6 月 16 日，第 2 版；白苧，〈僥倖的描寫〉，《新民報晚刊》，1943 年 7 月 19 日，第 2 版。

73 素痕，〈女人的抗議〉，《南京晚報》，1943 年 8 月 24 日，第 4 版。

74 焦婕，〈20 世紀 30 年代城市「摩登」現象及其論爭〉，《遼寧大學學報（哲學社會科學版）》，期 4，頁 135。

的男女不平等問題。署名爲「方雪」的評論者通過雙重面向解構了男性主導的批評話語：一方面，行爲標準的性別不對等。面對摩登婦女穿著有傷風化的批評，「方雪」指出：「女人一裸臂一露腿便被指爲有傷風化，男人在光天化日之下，在眾目睽睽之前，亮出屁股來，隨地便溺，倒不有傷風化？」[75] 這種對比直接指出男性批評者的虛僞，即他們對男人隨地便溺的行爲視而不見，卻抓住摩登婦女的穿著大做文章，暴露出男性批評者道德規訓的性別選擇性。另一方面，則是批評者對女性的認知存在根本性偏差。「方雪」援引魯迅的話說：中國人一見女人露臂，就會想到裸體，想到生殖器，想到私生子，「可見露臂無罪，這種透澈的思想才是禍根；象有齒而焚其身，實在不是象之過。」[76] 「方雪」將反駁焦點從女性身體轉向男性的凝視角度，揭示所謂「風化論」實質上是男性慾望在女性身體上的投射，根本目的在於實現對女性身體的規訓與控制。「方雪」的反駁具有雙重效果，不僅揭示了男性批評者的虛僞，而且也指出了男性對女性的認知偏差。這種反駁，成功地解構男性批評的正當性，即當男性對自身行爲失儀熟視無睹時，他們對婦女時尚消費的指責自然就失去了正當性。

第二，面對批評者「西化」消費批評的雙重標準，反駁者以消費平等直指其虛僞。針對男性可穿西裝卻指責婦女燙髮的矛盾，一位女性反駁道：「難道西裝便經濟而不麻煩

---

75 方雪，〈女人的抗議〉，《新民報晚刊》，1943 年 7 月 28 日，第 2 版。

76 方雪，〈女人的抗議〉，《新民報晚刊》，1943 年 7 月 28 日，第 2 版。

麼？」[77] 這位女性抓住了批評者的雙重標準加以反駁，一是男人穿西裝可以「西化」，女人爲何不能「西化」；二是婦女燙髮奢侈，男人的西裝也不便宜。這位女性將男女審美問題的爭議上升到了性別平等訴求的層面，即當男性主導「西化」消費的話語權時，女性的「西化」卻被男性賦予負面意義，這種「西化」消費的不對等，也是男性主導消費領域的表現。

針對婦女時尚消費奢侈的指責，「方雪」雖然也承認這一點，但其強調女人化妝品消費「恐積千百人之所費將亦不敵一巨公之一費，孰輕孰重，自可分明」，以女性消費低於男性消費削弱批評的合理性。「方雪」進而指出：婦女的服裝和化妝品大多是男人設計、製造出來的，男人製造了這些時尚消費品讓女人消費，現在又站在男人角度批評婦女，說「這是妖精，這是禍水」，眞是荒唐可笑。[78] 「方雪」再次指出了批評者的雙重標準，即他們一方面苛責婦女時尚消費，但對男人的奢侈消費卻熟視無睹，況且婦女時尚消費是男人製造出來的，批評婦女消費而不去批評消費的製造者、推動者，這是男女的不平等。「方雪」的反駁揭示了男性既主導批評話語權又主導時尚行業的社會現實，反映了男性對時尚婦女構成了道德批判和經濟剝削的雙重壓迫。

第三，面對批評者的污名化攻擊，反駁者從制度層面進行反擊。針對婦女燙髮是罪大惡極的攻擊，署名「雪子」的作者從兩個層面進行反擊：一方面，否認批評者羅織的罪

---

77 文士心，〈論燙髮〉，《新民報晚刊》，1943 年 9 月 27 日，第 3 版。

78 方雪，〈女人的抗議〉，《新民報晚刊》，1943 年 7 月 28 日，第 2 版。

名，強調「假使說燙髮可使國破家亡，我們女同胞決不敢接受這個罪名」。「雪子」的否認，也反映了批評者將個體審美問題上升到民族危機的可笑。另一方面，作者繼續抨擊男性的雙重標準。針對男女時尚消費不平等的現象，「雪子」進行了猛烈抨擊，她說：

> 可惜的是男人們燙髮的又何嘗沒人？而每次洗髮後用電吹風把頭髮吹成波浪形式的更大有人在，我要問：紳士們的波浪形式的髮，同女人們的電燙髮有什麼分別？電吹風所需用的電力，與電燙髮所耗的電力，畢竟相差多少？
>
> 假使男人們肯下決心，都剃光了頭，省卻許多髮油，或不把頭髮弄成波浪形，我相信我們女人決不致再驚奇男人們的氣量狹小與著於推過於女人。男人為甚麼要穿西裝？要打好看的領帶？為什麼要費三四千元一根的玻璃褲帶？男人想在服裝上，求外觀的美，難道獨不容許女人有審美觀念？[79]

「雪子」強調參與時尚消費的男人也大有人在，但男人們對此不加批評，卻對婦女說三道四。「雪子」的反駁，不僅消解了男性批評的正當性，而且也上升到性別平等的權力層面。最後「雪子」以教訓口吻寫道：男人們與其花功夫批評婦女時尚消費，不如把功夫「放在研究改進社會風氣和制度上」。[80] 與「方雪」相比，「雪子」回擊更加猛烈，將反擊

79 雪子，〈讀者之聲：請男人們看一看〉，《新民報晚刊》，1943 年 10 月 18 日，第 4 版。

80 雪子，〈讀者之聲：請男人們看一看〉，《新民報晚刊》，1943 年 10 月 18 日，第 4 版。

從審美觀念、性別平等最後轉移到制度建設，解構了男性批評者的話語，彰顯其女性主體意識的覺醒。

更重要的是，戰時重慶捍衛婦女時尚消費的論點深受抗戰大背景影響。捍衛者在維護消費性別平等的基礎上，進一步強調婦女時尚消費在抗戰時期的正當性和合理性。針對 1943 年 7 月 19 日「白苧」對重慶街頭摩登女性的批評，署名「□紫」的作者進行了反駁，借歷史典故賦予化妝品的政治功能：西施靠美色爲越王勾踐收復江山，報仇雪恥，強調女人「唇膏和胭脂」並不比飛機坦克威力小。[81] 這種類比將女性身體美轉化爲戰爭武器，駁斥了女性美無益於抗戰的批評。同時，「□紫」引用日本諺語「以女人髮作繩，能繫大象」，批評「白苧」藐視女性力量，[82] 強調女性看似柔弱，卻具有強大力量。「□紫」站在女性立場，反擊了「白苧」藐視女性的言論，強調了婦女化妝不僅與抗戰無矛盾，而且還可發揮武器般的威力。

「方雪」和「雪子」回應的言辭犀利，鮮明地表達了性別平等訴求，彰顯了女性主體意識的覺醒。此後，又有男性立場的作者在重慶《新民報晚刊》發文批評婦女時尚消費，激起了女性更大不滿。1943 年 10 月 13 日，一位讀者以女性的口吻批評道：「無聊的男性無論用怎樣的文字來侮辱女性，總不能不暴露他們自己的動機的卑污」，認爲男人的批評已經構成對女性的侮辱，暴露了其醜惡面目。[83] 10 月 23

81 □紫，〈反對藐視女性裝飾者〉，《新民報晚刊》，1943 年 7 月 24 日，第 3 版。

82 □紫，〈反對藐視女性裝飾者〉，《新民報晚刊》，1943 年 7 月 24 日，第 3 版。

83 虞汝嫻，〈那些侮辱女性的人〉，《新民版晚刊》，1943 年 10 月 13

日，「方雪」發文指責男性對女性的抗議無動於衷，甚至變本加厲。「方雪」憤慨地表示，若一個社會只盯住女人不放，社會前途「則實在是可使人憂慮的」。[84] 言下之意，社會若僅以婦女時尚消費作爲批評對象，而對其他重要問題置若罔聞，必將阻礙社會發展。

縱觀 1943 年反駁婦女時尚消費批評的作者群體，雖然不全是女性，但其言論立場明顯偏向於女性。這場爭議由男性率先挑起，女性多處於被動回應狀態，而她們的回應一定程度上也是性別平等訴求的表達。1944 年 6 月，署名「玲子」的作者以揶揄筆調抨擊了男權意識：

> 做人難，做女人更難，作漂亮的女人尤難。你穿一件新潮的衣服，說你出風頭。你跟他談兩句話，看他兩眼，他們以為你已有意於他。他如果給你來信，你不理他，他們說你狗眼看人低，瞧不起人，造謠生非。你交男朋友，他們說你在賣騷，不要臉。你唱唱歌，他們說你是「貓子叫春」。……女人之難，難於上青天。[85]

這段充滿譏諷意味的文字，揭露出男性對女性系統性的偏見。總體而言，戰時批評婦女時尚消費的言論多出自男性，這激起了女性群體不滿。她們通過辯駁強調時尚消費是其基本權利，這些抗爭言論也成爲她們性別平等意識覺醒的重要表現。

日，第 3 版。

84 方雪，〈談鬼與談女人〉，《新民版晚刊》，1943 年 10 月 23 日，第 2 版。

85 玲子，〈女人難〉，《南京晚報》，1944 年 6 月 20 日，第 4 版。

當然，在這場圍繞婦女時尚消費的爭議中，除了男性和女性對立的立場外，也有跨越性別對立的第三種聲音，形成兩種差異化論述。一是通過歷史溯源瓦解婦女時尚消費「西化」的立論基礎。署名「藝元」的作者通過歷史分析，指出婦女燙髮、穿高跟鞋在中國古已有之。針對批評者斥婦女燙髮爲「數典忘祖」的論述，「藝元」批評這些人的言論「說起來眞叫人牙齒癢癢的」。[86] 在「藝元」看來，婦女燙髮不僅不是「西化」，反而是堅守傳統的體現，這一論述方式解構了批評者的話語基礎。二是以調和態度強調男女的合作關係，並將這種關係與抗戰意識形態合流。「閭人」以調和姿態，呼籲男人和女人「彼此都有權利和義務，正不必互相渺視，彼此侮辱」。[87] 這種呼籲強調男女平等合作，以消解男女對立。在這個基礎上，「汝男」將男女關係與抗戰意識形態融合，呼籲男女應當攜手起來抨擊那些發國難財、囤積居奇的奸商，要求參與時尚消費的男女將其花銷「拿去慰勞前線將士，拿去救救饑寒交迫的災胞以及被遺棄的國家幼苗」。[88] 「汝男」的言論通過轉移批評對象，將圍繞時尚消費的男女矛盾轉移爲激起民憤的經濟矛盾，並號召將時尚消費用於支援前線抗戰和救助難胞難童，從而實現了男女平等合作關係與抗戰意識形態的合流。可以看出，「藝元」和「汝男」的言論，跳出了男女二元對立的立場，成爲跨越性別的

[86] 藝元，〈今女時裝古有之〉，《新民報晚刊》，1943 年 8 月 13 日，第 3 版。

[87] 閭人，〈男女兩性之間〉，《新民報晚刊》，1943 年 10 月 9 日，第 3 版。

[88] 汝男，〈讀者之聲：請大家看一看〉，《新民報晚刊》，1943 年 10 月 22 日，第 4 版。

第三種立場。不過，從更深層次分析，結合戰時男強女弱的歷史脈絡，這種跨越性別的立場在客觀上是支持了女性立場，也可看成是女性立場的變相支持。

總之，1943 年《新民報晚刊》和《南京晚報》刊登的關於婦女時尚消費問題的爭議文章，雖然作者的性別身分難以確定，但文章反映的性別立場卻十分明顯。面對婦女時尚消費的激烈批評，部分人以消費平等觀念進行反擊，在捍衛婦女時尚消費權利的同時，體現了女性主體意識的覺醒，即女性拒絕接受男性不公正的批評，公開表達自身訴求。同時，捍衛者還強調婦女時尚消費有利於抗戰大業，反映了戰爭對論戰的影響。1943 年關於婦女時尚消費討論文章的大量出現，凸顯了戰時重慶的性別矛盾。由於婦女時尚消費不利於戰時節約運動的推行，從而招致了政府日趨嚴厲的管控。

四、政府管控的踐行節約與女性動員

抗戰爆發前，鑒於婦女時尚消費涉及有傷風化和物資浪費問題，違反了節約運動的宗旨，國民政府便動用行政手段加以管控，重慶地區也不例外。1936 年 4 月 1 日，重慶市新運會召集全市女中小學校長聯席會議，決定「各校員生嚴禁燙髮及著奇裝豔服」，[89] 重點管控學生和教師的時尚消費。1937 年 7 月，重慶市節約運動委員會致函重慶市理髮職業工

89 「市新運會召集本市女中小學校長聯席會議記錄」（1936 年 4 月 1 日），重慶市檔案館藏，〈四川省立重慶女子職業學校檔案〉，檔號 0133-0001-0007-1000-009-4000。

會，要求理髮店禁止燙髮。[90] 抗戰爆發後，由於重慶婦女服裝日趨摩登，重慶市政當局不斷加強對婦女時尚消費的管控力度。

抗戰時期重慶婦女時尚消費的管控過程大致經歷了勸導、限制、取締三個階段。1938 年至 1940 年的第一階段爲勸導階段，以柔性的宣傳引導爲主。1938 年 3 月 8 日，重慶市新運會決定舉辦禁燙取締奇裝宣傳周，[91] 通過宣傳引導婦女明理守規。同年 10 月，四川省各界戰時節約運動委員制定了具體管控辦法：組織勸導隊到理髮店、各大街宣傳燙髮禁令，在公園、娛樂場所懸掛禁燙漫畫，張貼禁燙標語，電影院放映禁燙玻片，[92] 形成多面宣傳網絡。1941 年至 1942 年的第二階段爲經濟調控階段，通過稅收槓桿和產業限制強化管控，帶有一定的強制性。1942 年 4 月，國民政府將香水、脂粉等 25 種化妝品列爲奢侈品，並課以 25%的重稅，[93] 政府利用稅收槓桿限制化妝品消費。同年 11 月，重慶市政府要求奢侈服裝店改業或停業，明令禁止皮革用於製造不必要服飾，[94] 構成了從消費環節到生產環節的嚴密管控體系。

---

90 「四川省重慶市理髮職業工會關於禁止理髮店燙髮的問題致函重慶市節約運動會」（1937 年 7 月 15 日），重慶市檔案館藏，〈重慶市政府檔案〉，檔號 0053-0025-00290-0000-063-000。

91 〈取締燙髮奇裝，新運會有辦法，先從貴家婦女入手〉，《新蜀報》，1938 年 3 月 9 日，第 3 版。

92 「禁止婦女燙髮辦法」，重慶市檔案館藏，〈四川省立教育學院檔案〉，檔號 0122-0001-00097-0000-019-0000。

93 〈戰時消費稅暫行條例〉（1942 年 4 月 2 日公布），《立法院公報》（重慶），期 119（1942 年 5 月），頁 69。

94 〈推行戰時生活運動草案〉，收入重慶市檔案館、重慶師範大學合編，《中國戰時首都檔案文獻：戰時社會》（重慶：重慶出版社，2014），頁 563-564。

1943 年至 1945 年的第三階段爲取締階段，以強制的行政手段爲主。一是明令禁止買賣進口化妝品，理髮店須將燙髮器具收藏起來。1943 年 7 月 13 日[95] 和 7 月 30 日，[96] 蔣介石兩度訓令重慶市長賀耀祖，要求自 8 月 1 日起禁止重慶市各商鋪銷售奢侈品。在蔣介石的督促下，重慶市政府隨即決定從 8 月 1 日起開始實施分級禁令：規定甲種奢侈品立即禁售，乙種奢侈品限期三個月售盡，11 月 1 日起禁止買賣，[97] 其中進口化妝品屬於甲種奢侈品，[98] 人造絲織品、外國呢絨嗶嘰、外國草帽呢帽、絲襪毛襪等屬於乙種奢侈品。[99] 二是加大了對商家銷售化妝品、燙髮行爲的檢查力度。1943 年 2 月，重慶市警察局成立了臨檢查察隊，重點檢查商店奢侈品銷售與理髮店的燙髮行爲。[100] 1943 年 7 月 31 日早晨，重慶市社會局決定從 8 月 1 日開始派遣七組檢查人員檢查第一區至第七區的商家。[101] 同年 11 月 1 日起，重慶市警察局臨檢查察隊會同社會局、憲兵團聯合執法，沒收了一批商店的化

95 「軍事委員會委員長蔣中正令賀耀組為重慶市商店出售奢侈品一律禁止沒收」（1943 年 7 月 13 日），國史館藏，〈國民政府檔案〉，檔號 001-016142-00010-032。

96 「軍事委員會委員長蔣中正指示賀耀組為重慶禁止奢侈品買賣實施情況」（1943 年 7 月 30 日），國史館藏，〈國民政府檔案〉，檔號 001-016142-00010-034。

97 〈渝市禁絕奢侈物品〉，《財政評論》（重慶），卷 10 期 4（1943 年 10 月），頁 126-127。

98 〈重慶市禁制奢侈物品甲表〉，《財政評論》，卷 10 期 4，頁 127。

99 〈重慶市禁制奢侈物品乙表〉，《財政評論》，卷 10 期 4，第 127 頁。

100 「重慶市警察局臨檢查察隊成立、編制及裁撤日期情形表」，重慶市檔案館藏，〈重慶市警察局檔案〉，檔號 0061-0003-0037-1020-0027-000。

101 〈除去奢侈的外表，現出偉大部署的新陪都，今起嚴禁奢侈品〉，《商務日報》，1943 年 8 月 1 日，第 4 版。

妝品。[102] 次年 9 月 14 日、15 日兩日，重慶臨檢查察隊又查獲了信義拍賣行出售的口紅。[103] 重慶市政當局不僅頒布奢侈品銷售禁令，而且頻繁派人檢查商家，以保證禁令的落實。

可以看出：戰時重慶市政當局對婦女時尚消費的管控日趨嚴厲，從勸誡到經濟調控，再到全面管控，既是戰時物資日益短缺的壓力所致，也是深入開展戰時節約運動政治需要使然。1938 年 10 月，國民政府公布了《節約運動計畫大綱》，提出戰時節約的目的爲增加抗戰力量、充實建國力量和養成國民儉樸風氣。[104] 戰時管控婦女時尚消費的核心目的也是節約消費。爲配合戰時節約運動的深入開展，重慶婦女時尚消費的管控主要從以下兩方面體現了節約原則：

一是減少不必要的時尚消費。作爲重慶市節約運動推行的重要組織，重慶市戰時節約運動委員於 1941 年 9 月公布了《重慶市各界戰時節約運動初步實施方案》，將絲綢、毛織品、化妝品等用品列爲限制消費清單，[105] 以節制貴重時尚用品消費。戰時生活勵進會也積極相應節約，次年 5 月 20 日決定擬定取締婦女燙髮辦法，[106] 降低美髮消費。政府通

102 「關於報送轄區內奢侈品查獲情形的呈、指令」(1943 年 11 月 10 日)，重慶市檔案館藏，〈重慶市警察局檔案〉，檔號 0061-0015-04870-0100-152-001。

103 「重慶市警察局查獲禁制奢侈品一覽表」（1944 年 9 月 25 日），重慶市檔案館藏，〈重慶市警察局檔案〉，檔號 0061-0015-04757-0300-240-000。

104 〈節約運動大綱〉（1938 年 10 月），收入王致和編，《抗戰建國法令大全》（西安：大公報西安分館，1939），頁 570。

105 重慶市各界戰時節約運動委員會編印，「重慶市各界戰時節約運動初步實施方案」（1941 年 9 月），重慶市檔案館藏，〈重慶市各商業同業公會檔案〉，檔號 0085-0001-00141-0000-012。

106 行，〈取締婦女燙髮，生活勵進會正擬辦法〉，《新民報晚刊》，1942

過頒布法令，限制貴重時尚用品消費，達到「節流」的目的。二是將燙髮禁令的推行與節約用電相結合。戰時重慶電力供應十分緊張，爲此重慶市政府加大了節約用電的檢查。鑒於理髮店爲顧客燙髮、使用電吹風均違反了節約用電規定，1943 年 4 月 21 日至 23 日，重慶市警察局沒收 20 餘家理髮店的吹風機 20 餘個，[107] 同年 10 月絕對燙髮禁令生效後，又於隔年 1 月沒收了華盛頓理髮廳的燙髮、吹風器具。[108] 沒收燙髮器具，既是市政當局查禁燙髮的決心表現，也是節約用電的迫切需要。

當然，戰時重慶參與時尚消費的婦女終究是少數。從純粹經濟角度來看，政府嚴厲管控婦女時尚消費未必能節約大量物資，其背後更多的是抗戰政治因素的考慮。戰時重慶婦女時尚消費的確價格昂貴。1942 年 9 月估算，一位重慶摩登女士平均每月在燙髮、服飾、化妝品上的消費合計 3,450 元，相當於前方士兵三至四年的伙食費用。[109] 因此，婦女時尚消費不僅造成一定的資源浪費，更帶來嚴重政治危害——正如 1940 年 10 月 14 日《新民報》社論所言，奢侈品暢銷「足以證明著社會上一部份人的非法不合理的收入——不管其爲貪污營私，居奇囤積——總之，代表著一種罪惡」。[110] 由

年 5 月 21 日，第 4 版。

107 〈理髮店吹風又沒收廿餘個〉，《南京晚報》，1943 年 4 月 23 日，第 4 版。

108 「重慶市警察局臨檢查察隊上呈重慶市警察局關於華盛頓理髮廳違規使用燙髮器的呈文」（1944 年 1 月 16 日），重慶市檔案館藏，〈重慶市警察局檔案〉，檔號 0061-0015-03799-0200-158-000。

109 〈一篇細賬：摩登太太每月的開銷〉，《南京晚報》，1942 年 9 月 20 日，第 3 版。

110 沙，〈社評：奢侈品與社會病〉，《新民報》，1940 年 10 月 14 日，

於婦女時尚消費被納入奢靡消費管控範圍，重慶市政當局的嚴厲管控不僅配合國民政府的戰時節約運動，更通過整肅奢靡風氣滿足抗戰政治需要。

在管控婦女時尚消費過程中，重慶市政府也動員婦女團體參與，以期收到更明顯的效果。早在 1938 年 10 月，四川省各界戰時節約運動委員爲勸誡婦女燙髮，決定派婦女勸導隊到各理髮店、各大街勸導婦女禁止燙髮。[111] 四川省通過動員婦女參與禁燙宣傳，體現了燙髮的性別化治理。抗戰時期重慶婦女團體的發展爲政府動員婦女參與管控創造了有利條件，其中重慶市婦女會的成立尤爲突出。該會成立於 1939 年 9 月 10 日，由新生活運動促進總會婦女指導委員會委員徐闓瑞任主席，其宗旨是「依照抗建綱領之最高原則，發揮女同胞戰時服務能力」。[112] 1940 年 9 月 10 日成立一周年之際，該會改選了第二屆監理事，傅伯群、陳婉慈、黃佩蘭、葉若蘭等 13 人爲理事，鄧季惺、李秀芝等 7 人爲監事。[113] 作爲受國民政府社會部和重慶市國民黨黨部領導的重要婦女團體，該會與婦女指導委員會是協作關係，通過陳婉慈、黃佩蘭等兼任職務的骨幹成員，積極參與宣傳兵役、徵募寒衣等活動。

鑒於重慶市婦女會在婦女中的重要影響，1943 年 9 月

第 2 版。

111 「禁止婦女燙髮辦法」，重慶市檔案館藏，〈四川省立教育學院檔案〉，檔號 0122-0001-00097-0000-019-0000。

112 〈重慶市婦女會昨宣告成立〉，《新蜀報》，1939 年 9 月 11 日，第 3 頁。

113 〈渝婦女會昨舉行周年紀念會〉，《時事新報》，1940 年 9 月 11 日，第 3 版。

20 日，重慶市政府邀請該會參加，制定了取締婦女燙髮的五項辦法：一是決定從 10 月 1 日起，市婦女會勸告婦女絕不燙髮；二是函請各機關首長，通令取締所屬女職員燙髮；三是在各電影院的玻片上放映取締燙髮標語；四是對於在公共場所燙髮之婦女，隨時檢查其身分，並予嚴重警告；五是禁止燙髮婦女參加集團結婚。[114] 上述五項措施，通過動員婦女力量參與管控，將婦女的自律、女職員的職場整頓、視覺規訓、公共場所監控有機結合，體現了性別化治理的特點。這些性別化治理既維護了政府管控的權威，也弱化了政府管控的強制特性，容易得到婦女的理解和配合。不僅如此，動員愛國立場的婦女積極參與禁止奢侈消費宣傳，配合了政府的節約消費宣傳，從而深化戰時節約運動。

至於重慶市婦女會實際協助政府管控的情況，雖因資料有限難知詳情，但可確定的是：其行動既響應政治號召，也帶有明顯的性別立場。早在五四時期，部分接受婦女解放思想的知識婦女就將時尚打扮視爲女性依附男性的象徵，因此倡導樸素打扮。[115] 爲促進兩性平等，一些婦女開始剪髮，進而掀起女子剪髮運動，以期減少社會對女性的歧視。[116] 進入抗戰時期，隨著重慶知識婦女群體的壯大和婦女運動的發展，繼承五四新女性立場的婦女人數不斷增加，這爲政府動

---

114 重慶市政府，「取締燙髮會議紀錄」（1943 年 9 月 20 日），重慶市檔案館藏，〈重慶市政府檔案〉，檔號 0053-0002-00752-0200-342-000。

115 周敘琪，《一九一〇～一九二〇年代都會新婦女生活風貌》，頁 191-192。

116 洪喜美，〈五四前後婦女時尚的轉變〉，收入《中國婦女史論集》，第十集，頁 294-305；姚霏，〈近代中國女子剪髮運動初探（1903－1927）——以「身體」為視角的分析〉，《史林》，期 2（2009 年 4 月），頁 54-57。

員婦女參與時尚消費管控提供了有利條件。

總體而言，抗戰時期重慶市政當局對婦女時尚消費的管控力度持續加強。這一管控過程既與戰時節約運動相配合，也反映了政府權力對婦女生活干預的深化。通過頒布法規、實施經濟檢查、沒收商店奢侈消費品等手段，政府力圖遏制婦女時尚消費，而動員婦女組織參與管控策略，更體現了權力運作的「性別化權力」滲透。隨著管控的日趨嚴厲，戰時重慶婦女時尚消費被日益政治化，個體選擇被納入國家動員體系，形成頗具特色的戰時性別治理模式。

五、政府管控的性別困境：異議、特權與合謀

抗戰時期，重慶市政府對婦女時尚消費管控具有一定的歷史合理性。客觀而論，戰時重慶婦女的時尚消費確屬奢靡消費，有違節約抗戰的基本原則，因此受到市政當局的嚴厲管控。不過，重慶市政當局的管控舉措也引起一些社會人士異議。針對重慶市政府將從 1943 年 10 月 1 日起在公共場所檢查燙髮女性的身分，甚至在報紙上公布她們名字的舉措，就有婦女表達了不滿。1943 年 9 月 27 日，《新民報晚刊》刊登了自稱是燙髮婦女的文章。作者雖承認婦女燙髮有違抗戰需要，但從法理和實施層面對政府禁令提出雙重質疑：其一指出該舉措存在法理缺陷，即電氣燙髮有效期至少有八個月，若按此檢查辦法，是否追溯既往燙髮者身分？強調法律不追究過去的原則，主張應從預防角度尋求積極對策；其二諷刺禁令存在極端化傾向，認爲若要嚴格檢查，不如乾脆改爲「無論新舊燙髮人等，自某月某日起一律不准通行馬

路」。[117] 這位以燙髮女性自居的批評者，既代表了受政策影響群體的合理訴求，又揭示了政府禁令在合法性和公平性上的缺陷，使評論更具說服力。

對政府燙髮禁令的不滿不僅存在於女性群體，部分男性也表達了異議。1943 年 10 月 2 日，就在重慶市政當局嚴厲禁燙的第二天，《新民報》主筆趙超構以「沙」為筆名發表了對政府禁燙舉措的看法：

> 燙髮，在我覺得只不過是女性的一種修飾，自然是不必要的，但對女性的燙髮表示如此的不安與嚴厲，卻多少含有虐待的意味。……據我看來不管是如何打扮，直也好曲也好，與國計民生是很少關係的，若非「她」們在頭髮之外再加上別的奢侈品，我始終覺不到有由公眾干涉的必要，無論是禁止或獎勵。……我的意思是，不燙固好，燙亦無妨，由她們去罷。[118]

趙超構認為重慶市政當局的禁燙舉措是小題大做，主張應採取不管的態度。由於趙超構具有新聞記者和男性的雙重身分，其批評具有雙重意義：一是揭示了政府燙髮管控的權力擴張，將對女人的身體管控擴大為抗戰建國的政治實踐；二是其立場跨越男女對立立場，言論較為中立，具有說服力。重慶市政當局剛開始嚴厲管控婦女時尚消費，就引發公眾的質疑，這些公開質疑構成了政府管控舉措的顯性阻力。

更為重要的是，重慶市政當局管控面臨深層次的矛盾：政策表面上禁止所有婦女燙髮、禁止購買進口化妝品等，但

---

117 〈一個燙髮女性陳述意見〉，《新民報晚刊》，1943 年 9 月 27 日，第 3 版。

118 沙，〈關於女人燙髮〉，《新民報》，1943 年 10 月 2 日，第 3 版。

實際執行中卻只嚴格約束普通婦女，大量官員太太卻置身法外。以禁燙爲例，儘管當局頒布了燙髮禁令，但仍有部分婦女違反禁令且沒有受到追究。1943 年 9 月 20 日重慶市政當局制定了取締婦女燙髮辦法，明確規定自 10 月 1 日起，「集團結婚，禁止燙髮女性參加」，[119] 然而同年的 12 月 25 日的集團結婚中，38 對新婚夫婦中卻有 3 位燙髮，16 位捲髮，8 位「飛機式」或「空中堡壘式」時髦髮型。[120] 政府默許這些燙髮婦女參加政府舉辦的集團結婚，既表明政府管控存在漏洞，又反映了存在燙髮特殊群體。如前所述，時尚消費主力是權力階層的太太小姐們，1941 年 2 月 8 日，重慶市商會主席在上呈重慶市社會局局長包華國的呈文中就反映，使用電吹風的理髮顧客「均係政府高級職員，如稍猶豫，即被辱罵，間遭毒打」，理髮店主只得違令繼續使用。[121] 面對顧客的威逼，理髮店只得違令使用電吹風。因此政府未能有效約束這些權力階層，管控效果自然有限。有識之士已洞悉這些問題的癥結。1943 年 9 月 21 日，時人就一針見血地指出：「徹底禁絕燙髮，首先要請那些『要人』與『次要人』之類的眷屬們實行，並且可規定嗣後如發現有燙髮的婦女，得以『不名譽的女人』視之，或者可以轉移這種不好的『風氣』！」[122]

---

119 田，〈燙髮婦女公佈芳名〉，《新民報晚刊》，1943 年 9 月 21 日，第 4 版。

120 〈集團結婚花絮〉，《中央日報》（重慶），1943 年 12 月 26 日，第 4 版。

121 「重慶市商會上呈重慶市社會局關於緩期執行禁止使用吹風器案的呈文」（1941 年 2 月 8 日），重慶市檔案館藏，〈重慶市社會局檔案〉，檔號 0060-0002-01937-0000-003。

122 素痕，〈禁止婦女燙髮〉，《南京晚報》，1943 年 9 月 22 日，第 4 版。

儘管時人不斷呼籲，大量高官夫人們仍我行我素，並未受到實質性的追究。因此，這些違背政府禁令的官員太太、小姐實際上成為了婦女時尚消費的特權階層，使政府的管控難以有效。正是消費特權群體的存在，極大消解了政府管控的合法性。使得重慶的時尚消費管控面臨政治困境。

與此同時，重慶市政當局在管控過程中，還存在隱性的性別合謀現象。簡單而言，圍繞婦女時尚消費問題，一方面，男性與女性之間存在的爭議，顯示出男性與女性之間的性別對抗；另一方面，男性與女性之間又暗中達成了一致，揭示出男性主導與女性消費的共存，具體表現如下：

從婦女角度而言，婦女的愛美、交際、結婚等需求是其時尚消費的重要原因。戰時重慶時髦女性之所以違反禁令燙髮，「此非時髦女郎不諳禁令，不識禁字，實以愛美信念，未嘗一日忘卻也。」[123] 因此，愛美需求是時髦女性燙髮的主要原因之一。曾祥和女士戰時就讀於中央大學，據她回憶，中央大學女生盛行燙髮，包括她自己在內，「很多女同學都這樣，只要漂亮，過得高高興興，什麼都不在乎」。中央大學女生不僅普遍燙髮，而且普遍穿著旗袍。曾祥和還回憶，中央大學 90%以上的女生穿旗袍、高跟鞋、長筒絲襪，而非如影視劇所展現的頭上紮兩根小辮，身穿藍衫，短襪黑鞋的青年女共產黨的那樣穿著。[124] 大學女生雖然普遍沒有經濟收入，但屬於知識女性，她們的穿著具有很大的示範效

123 魂兮，〈山城六記：禁燙記怪〉，《新民報晚刊》，1942 年 6 月 25 日，第 4 版。

124 沈懷玉、游鑑明訪問，《曾祥和女士訪問紀錄》（臺北：中央研究院近代史研究所，2009），頁 157。

應。除交際、裝扮的需要，女性燙髮也有結婚的需要，1944 年 11 月，南京晚報記者採訪了燙髮婦女，就歸納了五個原因，其中之一是結婚的需要。湖南人張玉銘女士戰時在重慶結婚時，鄰居以其頭髮長，建議她燙髮，於是張女士就到理髮店燙髮。[125] 女性的時尚消費，既是女性自我表達的需要，也是社會身分的體現，顯示了女性時尚消費與政府禁令之間的內在張力，客觀上不利於政府禁令的推行。

從男性角度而言，婦女時尚消費實質受男權主導。男性首先主導了女裝、化妝品、燙髮等婦女時尚業的生產和經營，通過推動時尚消費獲利。以服裝業爲例，戰時重慶的女裝較男裝利潤空間更大。據重慶服裝從業者透露，女裝可以用零星的衣料拼湊，越是花式翻新的衣服，越是拼湊得多。這種生產方式不僅可以降低成本，而且通過新穎款式吸引女性消費，自然女裝更易盈利。[126] 至於戰時重慶的新式理髮業和化妝品業，無論生產廠家還是店主，主要是男性。男性通過操控重慶時尚業，掌控了這一行業的經濟命脈。

同時，男性也主導了婦女的時尚消費。從消費動機而言，雖然女性存在愛美、交際、結婚等方面的自身需要，但也有取悅男性的需要，正如時人指出的那樣：「在這男性中心的社會中，許多婦女所以歡喜塗脂抹粉，穿奇裝豔服，還常常出於男子的授意，或者爲了取得丈夫的寵愛，不得不煞費苦心的來打扮」。[127] 署名「沈南來」的下江人是公務員，

---

[125] 羅久蓉等，《烽火歲月下的中國婦女訪問紀錄》（臺北：中央研究院近代史研究所，2004），頁 80。

[126] 〈閒話服裝業〉，《南京晚報》，1946 年 1 月 10 日，第 4 版。

[127] 微明，〈談『取締奇裝豔服』〉，《南京晚報》，1942 年 4 月 9 日，第 2 版。

其鄰居劉大媽也燙髮，按道理一個農村婦女沒有必要爲此花費，她之所以燙髮，是因爲她先生要她燙髮。[128]《南京晚報》刊文也稱：婦女燙髮多半與男人有一定關係，很多婦女燙髮是爲了自己的先生，如果先生眞的不喜歡妻子燙髮，燙髮婦女肯定會大大減少，因此禁止婦女燙髮「還是先從男人下手」。[129] 由於男性主導了婦女時尚消費，因此要消除婦女燙髮，還需要從解除男性審美需求做起，而不能僅僅是單方面規訓女性身體。

可以看出：戰時重慶城市婦女時尚消費的管控，呈現出顯著的性別困境。這種矛盾體現在三個面向：從輿論面向而言，政府動員婦女力量參與管控，但又遭到部分摩登婦女的公開質疑，甚至部分男性也提出質疑，產生性別治理衝突。從政府管理面向而言，重慶市政當局在頒布進口時尚用品禁令的同時，卻默許兩種意外情況出現，一是燙髮婦女可以堂而皇之參加集團結婚，二是政府高官的夫人可以時尚消費，這種表裡不一的管理，反映了政治權利的性別差異化運作，削弱了政府管控的合法性和合理性。從男性面向而言，男性在婦女時尚問題存在雙重標準，一方面，男性以維護戰時節約和傳統審美觀念爲名批評婦女時尚消費，但又在時尚業占據主導地位。男性的批評和推動構成了矛盾，反映了男性既掌握了時尚話語權，又通過時尚業謀利。這些前後矛盾的性別因素，使得婦女時尚消費難以禁絕。因此，1944 年 5 月

128 沈南來，〈鄰婦燙髮小記〉，《南京晚報》，1945 年 6 月 8 日，第 2 版。

129 〈婦女愛燙頭髮先從男人下手〉，《南京晚報》，1942 年 3 月 1 日，第 3 版。

25 日，時人發現重慶「摩登婦女燙髮之風又盛」，[130] 次年 6 月，又有人稱：「現在是禁者自禁，燙者自燙。表面上各理髮店似乎都遵守法令，可是骨子裏就不然了，只要有介紹來的，便依舊大燙特燙」。[131] 婦女的穿著並未受到禁令明顯影響，1945 年 3 月 13 日，重慶市私立治平中學仍「有少數學生奇裝異束，不但妨礙學校觀瞻，亦且有違政府規定」。[132]

綜上所述，戰時政府管控中存在的性別爭議、女性消費特權群體和性別合謀三重因素，使得政府管控遭遇了顯性和隱性雙重性別阻力，極大削弱政府的管控效果。因此，政府管控的性別阻力與時尚消費的性別爭議疊加，進一步使得戰時重慶的性別政治更加複雜特殊。這種特殊的性別政治格局，既延續了傳統社會的性別秩序，又在戰爭環境下發生了新的變化。

結論

近代開埠通商以來，西風東漸，中國婦女時尚消費呈現地域發展的不平衡，即沿海地區時尚消費發展迅速，廣大內地則發展滯後。重慶作爲西南重鎮，其婦女時尚消費明顯滯後。然而抗戰爆發後，重慶城市婦女時尚消費卻迅速增長，呈現一種反常的現象，這也使得社會爭議加劇和政府管控趨

---

130 〈寫真版〉，《南京晚報》，1944 年 5 月 25 日，第 4 版。

131 沈南來，〈鄰婦燙髮小記〉，《南京晚報》，1945 年 6 月 8 日，第 2 版。

132 重慶市私立治平中學，「關於取締學生奇裝異服的牌告」（1945 年 3 月 13 日），重慶市檔案館藏，〈重慶市私立治平中學檔案〉，檔號 0147-0001-0006-70000-035。

嚴。戰時重慶城市婦女時尙消費的社會爭議和政府管控，既與戰爭帶來的人口流動密切相關，也深植於戰前婦女時尙消費論爭和政府管控的歷史脈絡中。通過將其置於戰爭背景和戰前傳統的雙重面向審視，顯示出戰時重慶婦女時尙消費的複雜性：它既延續了戰前的「摩登」論爭和政府管控實踐，又在抗戰特殊環境中發生變異，呈現了戰時政治權力在婦女時尙場域的擴張，揭示出戰時性別權力結構的重構。

第一，戰時重慶城市婦女時尙消費的興盛，是下江人大規模內遷影響的結果，這一過程既體現了戰爭引發的跨區域聯動，也折射出中國現代化由沿海向內陸傳導的基本路徑。戰前中國婦女時尙消費以上海爲中心，而地處內陸的重慶，因對外開放程度有限，婦女時尙消費則相對落後。全面抗戰時期，雖然中國被分割成大後方、抗日根據地和淪陷區三大區域，但戰爭並未完全阻斷這三大區域的聯繫。除通過走私戰、貨幣戰等非常規方式建立聯繫外，[133] 人口遷移更是重要的聯繫途徑。戰時重慶城市婦女的時尙消費，與淪陷區的上海、蘇州等地婦女的時尙消費相呼應，[134] 這種呼應背後實際上是戰時人口跨區域聯動的微觀表現：隨著江浙滬淪陷區婦女遷渝，上海婦女時尙觀念也隨之植入重慶。這種跨區域的移植，推動了戰時重慶消費文化迅速「上海化」。[135]這

[133] 林美莉，《抗戰時期的貨幣戰爭》（臺北：國立臺灣師範大學歷史研究所，1996），頁 167-326；齊春風，《中日經濟戰中的走私活動（1937-1945）》（北京：人民出版社，2002），頁 181-252。

[134] 巫仁恕，〈劫後婦女〉，《近代中國婦女史研究》，期 35，頁 52-56；董雲飛、張智慧，〈意識形態的博弈與淪陷區上海「職業女性」的時尚生產〉，《現代中文學刊》，期 4，頁 111-117。

[135] 李永東，〈主客易勢與下江人建構的重慶形象〉，《中國文學研究》，期 4（2020 年 10 月），頁 126-128。

種移植不是簡單的複製，而是戰前上海婦女時尚消費傳統在戰時環境中延續，即遷渝的下江婦女同樣以熟悉的時尚文化維持了自身的消費習慣，而重慶本地婦女通過模仿這些消費，主動追求時尚消費現代化。戰時重慶婦女時尚消費的增加，既體現了戰爭帶來的聯結，也揭示了中國現代化進程的基本軌跡：上海大量移植了西方文化，重慶又大量移植了上海城市文化，中國城市現代化大體遵循著沿海至內陸、從東到西的發展路徑。

第二，戰時重慶婦女時尚消費的爭議，是戰爭環境下抗戰意識形態對時尚場域的全面主導，這一進程通過將女性時尚消費置於民族救亡的政治框架下進行評判，也促使戰時的性別權力結構在兩性話語的互動中加速重構。關於婦女時尚問題爭議，並非重慶獨有，而是自晚清以來就引發社會關注的話題。五四新文化運動時期，婦女時尚論辯成爲「女權」高漲的表現。五四以後的 20 年代，中國婦女從「女權」演變爲「婦女運動」，個體女權隱沒，集體黨派利益至上，婦女運動被革命所籠罩。[136] 到 30 年代，隨著上海「摩登婦女」形象通過電影、廣告大規模傳播，婦女時尚爭議達到高潮。

戰時重慶婦女時尚消費的爭議，延續了戰前對摩登婦女問題的討論，並摻雜了中西文化論爭，[137] 但戰爭環境賦予其新的內涵。一方面，戰時重慶婦女時尚消費的爭議仍帶有戰前的核心矛盾，即傳統審美觀念的批評和性別平等的維

---

136 柯惠玲，《她來了：後五四新文化女權觀，激越時代的婦女與革命，1920-1930》（臺北：臺灣商務印書館，2018），頁 291-301。

137 焦婕，〈20 世紀 30 年代城市「摩登」現象及其論爭〉，《遼寧大學學報（哲學社會科學版）》，期 4，頁 130-138。

護，延續了五四以來的批評話語；另一方面戰爭的特殊性使得爭議的焦點發生了偏移：與戰前傳統與現代的對立不同，戰時爭議核心轉爲個體消費與民族大義的對立。布迪厄（Pierre Bourdieu,1930-2002）認爲：時尚是生產場域與消費場域這兩個相互獨立的場域共同「協作」的結果，權力關係貫穿於時尚與流行再生產的每一個環節。[138] 從這一理論來看，戰時重慶婦女時尚消費爭議，本質上是權力結構的重構：與戰前的多方角力格局不同，[139] 戰時重慶是政治主導，性別和消費從屬的博弈格局，抗戰意識形態成爲衡量時尚合法性的唯一標準。女性消費選擇不再僅是個人審美的體現，而被賦予強烈的政治意義，這正是戰時社會對女性身體符合抗戰政治需要的規訓，體現了性別角色在民族危機中的緊張和調適。

第三，戰時重慶市政當局對婦女時尚消費的強化管控，是國家權力與男性價值觀合流規訓女性身體的表現，這一過程因階層分化、經濟和權力關係而呈現複雜博弈，進一步重構了超越男女二元對立的性別權力結構。戰前重慶市政當局就開始管控婦女時尚消費，但手段相對溫和；戰時重慶的管控，則呈現出「政治化」、「嚴厲化」特徵，這既是戰前治理傳統的延續，也是戰時權力擴張的產物。重慶市政當局通過婦女身體規訓，強化全民抗戰的動員效果，將個體生活方式納入國家戰爭體系。戰時重慶婦女身體規訓更具強制性。

---

138 朱偉珏，〈權力與時尚再生產：布迪厄文化消費理論再考察〉，《社會》，期 1（2012 年 1 月），頁 88。

139 董雲飛，〈政治、消費、性別：時尚場域中的意識形態角力圖譜——以 20 世紀 30 年代「摩登女郎」為例的考察〉，《求是學刊》， 期 6（2019 年 11 月），頁 173-174。

就處理婦女的「奇裝異服」而言，戰前上海市政府以強調「提倡國貨」爲重點，推行手段較爲溫和。[140] 而戰時重慶以強調「節約抗戰」爲重點，[141] 處理手段更嚴厲。

戰時重慶，政府以節約抗戰爲名對婦女時尚消費實行嚴厲管控。由於管控對象具有鮮明的性別化特徵，此舉無形中強化了戰時男性主導的價値觀，使得國家權力與男性權力形成合流，對女性構成了雙重壓力。然而，在這一管控過程中，性別權力結構並非單向運作，而是進入了動態重構過程：一方面，部分婦女積極配合政府管控；另一方面，社會輿論中的性別異議、女性內部因階層分化而產生的特權消費群體，以及男女之間基於利益和情感的暗中合謀，導致政府管控面臨性別困境，這種困境削弱了政府管控的效果。這種複雜的博弈過程表明：戰時的性別政治並非簡單的男女二元對立，而是交織著階級、經濟與權力關係的多重矛盾。正是在這樣的衝突中，戰時重慶的性別權力結構經歷了深刻而複雜的重構。

140 艾萍，〈近代上海「摩登」的建構與想像〉，《廈門大學學報》，期5，頁 140-151。

141 孫欽梅，〈抗戰時期節約運動述論〉，《中國國家博物館館刊》，期162（2017 年 1 月），頁 131-141。

徵引書目

一、檔案

重慶市檔案館藏，〈財政部重慶直接稅局檔案〉，檔號 0273-0003-00006-0000-001-000。

重慶市檔案館藏，〈重慶市政府檔案〉，檔號 0053-0002-00752-0200-342-000、0053-0025-00290-0000-063-000。

重慶市檔案館藏，〈重慶市社會局檔案〉，檔號 0060-0002-01937-0000-003。

重慶市檔案館藏，〈重慶市警察局檔案〉，檔號 0061-0003-0037-1020-0027-000、0061-0015-03799-0200-158-000、0061-0015-03991-0000-161-000、0061-0015-04757-0300-240-000、0061-0015-04870-0100-152-001。

重慶市檔案館藏，〈重慶市參議會檔案〉，檔號 0054-0001-00674-0000-072-000。

重慶市檔案館藏，〈重慶市各商業同業公會檔案〉，檔號 0085-0001-00141-0000-012 。

重慶市檔案館藏，〈四川省立教育學院檔案〉，檔號 0122-0001-00097-0000-019-0000。

重慶市檔案館藏，〈四川省立重慶女子職業學校檔案〉，檔號 0133-0001-0007-1000-009-4000。

重慶市檔案館藏，〈重慶市私立治平中學檔案〉，檔號 0147-0001-0006-70000-035。

重慶市檔案館藏，〈寶元通興業股份有限公司檔案〉，檔號 0355-0001-00020-0000-006。
國史館藏，〈國民政府檔案〉，檔號 001-016142-00010-032、001-016142-00010-034。

二、報刊

《中央日報》（重慶），1943。
《立法院公報》（重慶），1942。
《立報》（上海），1945。
《申報》（上海），1939。
《四川統計月刊》（成都），1939。
《民國日報》（上海），1945。
《自由評論》（上海），1943。
《宇宙風》（廣州），1938。
《宇宙風・乙刊》（上海），1939。
《南京晚報》（重慶），1938-1940、1942-1946。
《財政評論》（重慶），1943。
《時事新報》（重慶），1938、1940、1942。
《商務日報》（重慶），1934、1939、1943。
《婦女新運》（重慶），1943。
《復蘇》（重慶），1942、1944。
《新民報》（重慶），1939-1940、1943。
《新民報晚刊》（重慶），1942-1943。
《新蜀報》（重慶），1938-1939。
《戰時記者》（金華），1940。

三、專書

王致和編，《抗戰建國法令大全》。西安：大公報西安分館，1939。

史亞娟，《時尚：理論與實踐》。北京：中國紡織出版社，2020。

沈懷玉、游鑑明訪問，《曾祥和女士訪問紀錄》。臺北：中央研究院近代史研究所，2009。

李丹柯，《女性，戰爭與回憶：35 位重慶婦女的抗戰講述》。重慶：重慶出版社，2015。

周叙琪，《一九一〇～一九二〇年代都會新婦女生活風貌——以〈婦女雜誌〉爲分析實例》。臺北：國立臺灣大學出版委員會，1996。

林美莉，《抗戰時期的貨幣戰爭》。臺北：國立臺灣師範大學歷史研究所，1996。

重慶市檔案館、重慶師範大學合編，《中國戰時首都檔案文獻：戰時社會》。重慶：重慶出版社，2014。

柯惠玲，《她來了：後五四新文化女權觀，激越時代的婦女與革命，1920-1930》。臺北：臺灣商務印書館，2018。

連玲玲，《打造消費天堂：百貨公司與近代上海城市文化》。北京：社會科學文獻出版社，2018。

陳銘德、鄧季惺等，《《新民報》春秋》。重慶：重慶出版社，1987。

陳雁，《戰爭與性別：上海 1932-1945》。北京：社科文獻出版社，2014。

張瑾，《權力、衝突與變革：1926-1937 年重慶城市現代化研究》。重慶：重慶出版社，2003。

賀耀祖，《重慶要覽》。重慶：重慶市政府，1945。

葛凱（Karl Gerth）著，黃振萍譯，《製造中國：消費文化與民族

國家的建構》。北京：北京大學出版社，2007。
齊春風，《中日經濟戰中的走私活動（1937-1945）》。北京：人民出版社，2002。
樂正，《近代上海人社會心態（1860-1910）》。上海：上海人民出版社，1991。
蔡斐、任競編著，《重慶近代報紙提要》。重慶：重慶大學出版社，2020。
譚剛，《動盪中的社會轉型：大後方城市社會生活變遷（1937-1945）》。北京：科學出版社，2017。
羅久蓉等，《烽火歲月下的中國婦女訪問紀錄》。臺北：中央研究院近代史研究所，2004。

四、論文

王孚慶，〈《南京晚報》史略〉，收入重慶新聞志編輯部編，《重慶報史資料》，輯 16。重慶：內部報刊，1993，頁 57。
王建偉，〈1930 年代中期的北平：整頓風化、繁榮故都與新生活運動〉，《史林》，期 1，2022 年 2 月，頁 142-155。
艾萍，〈近代上海「摩登」的建構與想像——對「取締婦女奇裝異服」中政府行爲的考察〉，《廈門大學學報》，期 5，2022 年 9 月，頁 140-151。
朱偉玨，〈權力與時尚再生產：布迪厄文化消費理論再考察〉，《社會》，期 1，2012 年 1 月，頁 88-103。
李永東，〈主客易勢與下江人建構的重慶形象〉，《中國文學研究》，期 4，2020 年 10 月，頁 126-134。
巫仁恕，〈劫後婦女：抗戰時期蘇州淪陷後的婦女生活〉，《近代中國婦女史研究》，期 35，2020 年 6 月，頁 1-67。

周石峰，〈民族主義與女性時尚：1934 年「婦女國貨年」運動新論〉，《婦女研究論叢》，期 4，2009 年 7 月，頁 45-51。
姚霏，〈近代中國女子剪髮運動初探（1903-1927）——以「身體」爲視角的分析〉，《史林》，期 2，2009 年 3 月，頁 52-61。
洪喜美，〈五四前後婦女時尚的轉變——以剪髮爲例的探討〉，收入游鑑明主編，《中國婦女史論集》，第十集。新北：稻鄉出版社，2013，頁 285-319。
夏蓉，〈新生活運動與取締婦女奇裝異服〉，《社會科學研究》，期 6，2004 年 11 月，頁 114-121。
孫欽梅，〈抗戰時期節約運動述論〉，《中國國家博物館館刊》，期 162，2017 年 1 月，頁 130-143。
張瑾，〈民國時期「下江人」的形成與認同芻議〉，《西南民族學院學報》，期 4，2001 年 4 月，頁 102-106。
陳娜娜、馮傑，〈日常・性別・欲望：民國時期燙髮問題的再審視〉，《河北大學學報（哲學社會科學版）》，期 6，2019 年 11 月，頁 154-160。
焦婕，〈20 世紀 30 年代城市「摩登」現象及其論爭〉，《遼寧大學學報（哲學社會科學版）》，期 4，2024 年 7 月，頁 130-138。
董雲飛，〈政治、消費、性別：時尚場域中的意識形態角力圖譜——以 20 世紀 30 年代「摩登女郎」爲例的考察〉，《求是學刊》，期 6，2019 年 11 月，頁 161-174。
董雲飛、張智慧，〈意識形態的博弈與淪陷區上海「職業女性」的時尚生產——以通俗文化雜誌爲中心的考察〉，《現代中文學刊》，期 4，2023 年 8 月，頁 111-119。

Gender Politics in the Context of War: Controversies over Women's Fashion Consumption and Government Control in Chongqing

Tan Gang *

Abstract

During the War of Resistance against Japan, the mass population migration from Jiangsu, Zhejiang, and Shanghai to Chongqing significantly influenced the city's urban landscape, particularly women's fashion consumption. This phenomenon sparked social controversies that highlighted the unique gender politics of wartime Chongqing. These debates not only perpetuated the core conflict from pre-war discussions,—namely the tension between male-dominated traditional aesthetics and women's increasing sense of autonomy,—but were also intensified by the war, with resistance ideology emerging as a dominant force in shaping said discourse. Simultaneously, the Chongqing municipal government leveraged the rhetoric of wartime austerity to tighten its control, thereby politicizing women's fashion consumption to an unprecedented degree. This gendered governance strategy mobilized

* School of History and Culture, Southwest University, Chongqing.

women's organizations to participate in regulatory efforts, yet it also fomented gender-based dissent from various societal sectors. Moreover, the presence of privileged women's groups and instances of gender collusion undermined the efficacy of government control. The gendered dilemma of state intervention illustrates that wartime gender politics was not a straightforward binary opposition between men and women but was intricately intertwined with class divisions and economic conflicts. The war thus transformed women's fashion consumption into a contested arena where narratives of resistance and gendered power struggles intersected. This negotiation process not only continued pre-war debates over "modern" women and previous government regulatory practices but also, influenced by large-scale interregional migration and the harsh realities of war, reflected the complex interplay of multiple power relations. In doing so, it profoundly reveals the restructuring of gender power dynamics within the context of the War of Resistance.

Keywords: War of Resistance against Japan, Chongqing, women's fashion consumption, consumption controversies, government control, gender politics